

許嘉霖教授簡歷表

姓名：許嘉霖(Chia-Lin Hsu)

學歷：國立台灣科技大學企業管理系(行銷組)博士

現職：國立臺北商業大學國際商務系(所)專任教授

研究領域：電子商務、數位行銷、服務業行銷、消費者心理與行為

主要經歷

1. 輔仁大學資訊管理學系教授
2. 輔仁大學輔仁管理評論總編輯
3. 輔仁大學校級研發助理執行長
4. 管理與系統(TSSCI)編輯委員、專刊主編
5. 中國文化大學國際企業管理學系助理教授、副教授、教授
6. 中國文化大學研發處校務研究辦公室主任
7. 中國文化大學國際企業管理學系教學卓越副主任
8. 社團法人臺灣產業創新研究院亞洲學會學術祕書長
9. 中華民國多國籍企業研究學會理事
10. 東吳大學國際經營與貿易學系兼任副教授

近五年發表的期刊論文

1. Chen, M. C., Hsu, C. L. and Su, Y. H. (2026). Proposing improvement strategies for in-flight service in the post-COVID-19 pandemic era with passengers' requirements. *Journal of Air Transport Management*, 131, 102913. (SSCI). 本人為通訊作者.
2. Chen, M. C., Hsu, C. L. and Huang, Y. C. (2026). Impact of gamification-driven motivational affordances in green logistics on reusable packaging behavior. *Journal of Electronic Commerce Research*, 27(1), 78-100. (SSCI). 本人為通訊作者
3. Hsu, C. L., Cheng, C. Y. and Chen, Y. C. (2025). An empirically tested motivational model integrated with pleasure-arousal-dominance model, *管理與系統*, 32 卷 2 期, 161-196. (TSSCI).
4. Hsu, C. L. (2025). Environmental sustainability gamification: Conceptualization and scale development. *Technological Forecasting & Social Change*, 66, 101621. (SSCI).
5. Yu, L. C., Hsu, C. L. and Tsui, Y. A. (2024). Effect of youtube unboxing videos on viewers' perceptions and subsequent behaviors. *International Journal of Electronic Business*, 20(1), 50-74. (EI).
6. Hsu, C. L., Yu, L. C., Tung, W. F. and Chen, K. W. (2024). Unlocking the omnichannel shopping myth: Can service convenience, shopping value, and

- channel congruence strengthen perceived trust and satisfaction?. *Marketing Intelligence and Planning*, 42(8),1633-1650. (SSCI).
7. Hsu, C. L. (2024). Does a gamified website matter? An extended UTAUT model with regulatory fit, user experience, engagement, and attitudes. *Entertainment Computing*, 50, 100658. (SCI).
 8. Hsu, C. L. (2023). Enhancing brand love, customer engagement, brand experience, and repurchase intention: Focusing on the role of gamification in mobile apps. *Decision Support Systems*, 174. (SCI).
 9. Yu, L. C. and Hsu, C. L. (2022). Understanding users' urge to post online reviews: A study based on existence, relatedness, and growth theory. *SAGE Open*, 1-21. (SSCI).本人為通訊作者.
 10. Hsu, C. L. (2022). Applying cognitive evaluation theory to analyze the impact of gamification mechanics on user engagement in resource recycling. *Information & Management*, 59,103602. (SSCI).
 11. Hsu, C. L. and Chen, M. C. (2021). Advocating recycling and encouraging environmentally friendly habits through gamification: An empirical investigation. *Technology in Society*, 66,101621. (SSCI).
 12. Chen, M. C., Hsu, C. L. and Huang, C. H. (2021). Applying the Kano model to investigate the quality of transportation services at mega events. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 60, 102442. (SSCI). 本人為通訊作者
 13. Hsu, C. L., Pan, Y. J., Yan, Q. W., Yan, M. R. (2021). Key factors influencing word-of-mouth intentions: The case of college freshmen in Taiwan. *Measuring Business Excellence*, 25(1), 106-118. (Scopus). 本人為通訊作者
 14. 于立宸、許嘉霖、劉希怡 (2024年04月)。電商平台活動的節慶品質對消費者情緒回應與衝動性購買之影響：節慶涉入為干擾變數。品質學報，31卷2期，99-120頁。(EI)。
 15. 許嘉霖、廖婉馨、鄭婕盈 (2024年04月)。消費者於線上3D虛擬服飾商店之知覺價值、信任、關係承諾、購買意願及口碑推薦之關係。行銷科學學報，20(1), 1-31。
 16. 許嘉霖、鄭婕盈、潘韋樺 (2023年12月)。顧客於跨境電商平台再購意願之探討：從服務便利性模式與關係品質之觀點。服務業管理評論，18, 36-63
 17. 許嘉霖、于立宸、陳美儒 (2022年07月)。美妝影音部落客之外表吸引力、態度同質性和擬社會互動與影片內容品質對消費者知覺信任及購買意圖之影響。管理與系統，29(3), 363-386。(TSSCI)。
 18. 許嘉霖、楊台寧、鄭婕盈、游志青、潘彥蓉 (2021年06月)。人格特質、個人價值觀及態度對加入假日農夫意願之研究。中山管理評論，29卷2期：337~369。(TSSCI)。

國科會專題研究計畫

1. 許嘉霖，計畫主持人(三年期計畫)，元宇宙的沉浸式體驗之整合模式建構：元宇宙顧客體驗(MCX)之概念建構、量表發展與驗證。執行期間 2024/08/01~2027/07/31。
2. 許嘉霖，計畫主持人，整合延伸整合科技接受模型與自我決定理論以探究影響使用者使用元宇宙科技意圖之因素。執行期間 2023/08/01~2024/07/31。
3. 許嘉霖，計畫主持人，環境永續遊戲化：概念建構、量表發展與實證分析。執行期間 2022/08/01~2023/07/31。
4. 許嘉霖，計畫主持人，整合損失厭惡於認知-情感態度方法中以評估遊戲化屬性績效之不對性效果。執行期間 2021/08/01~2022/07/31。
5. 許嘉霖，計畫主持人，遊戲化：顧客參與的前置與結果變項及其中介角色之研究。執行期間 2020/08/01~2021/07/31。
6. 許嘉霖，計畫主持人，應用認知評價理論解釋遊戲化機制對使用者從事資源回收之影響：專注於內在動機與環境關切之角色。執行期間 2019/08/01~2020/07/31。
7. 許嘉霖，計畫主持人，從擬社會互動、歸屬感、心流體驗、智力內隱理論、認知需求、產品複雜度及調節焦點之整合觀點探討線上影音部落客之影響。執行期間 2018/08/01~2019/07/31。
8. 許嘉霖，計畫主持人，連結與轉變使用者為環保人士：審視調節契合、使用者體驗、從事、績效期望與努力期望之角色。執行期間 2017/08/01~2018/07/31。
9. 許嘉霖，計畫主持人，應用認知-情感模式及期望確認模式解釋使用者於遊戲化情境之行為意圖：文化之干擾效果。執行期間 2016/08/01~2017/07/31。
10. 許嘉霖，計畫主持人，「遊戲化如何增進顧客體驗？顧客體驗的前置與結果變項及其中介角色之實證研究」。執行期間 2015/08/01~2016/07/31。
11. 許嘉霖，計畫主持人，「遊戲化行銷活動對品牌熱愛與渴望的消費者行為之影響」。執行期間 2014/08/01~2015/07/31。
12. 許嘉霖，計畫主持人，「探究關係品質對於社群購物網站購買意圖之中介效果」。執行期間 2013/08/01~2014/07/31。
13. 許嘉霖，計畫主持人，「調節契合對有機食品的態度與購買意圖之效果：消費者特性之干擾角色」。執行期間 2012/10/01~2013/09/30。

國科會大專學生研究計畫

1. 許嘉霖，指導教授，尋保家。執行期間 2024/07/01~2025/02/28。(學生：曾詩瑋)
2. 許嘉霖，指導教授，「O」h! 全是 IKEA 的蹤跡，給你「宜」個「家」— 探究宜家家居全通路行銷對於體驗價值、品牌熱愛及顧客參與度之影響。執行期間 2022/07/01~2023/02/28。(學生：林育澄)
3. 許嘉霖，指導教授，不同商品訊息內容呈現於新聞報導對消費購買意圖之影

響：專注於調節契合之研究。執行期間 2019/07/01~2020/02/28。(學生：劉子榕)

4. 許嘉霖，指導教授，網路影音直播平台之市場區隔研究-以 Live.me、17Live 及 Twitch 為例。執行期間 2018/07/01~2019/02/28。(學生：鄭宛青)
5. 許嘉霖，指導教授，行銷綠色觀光奇蹟，視放台灣新生機。執行期間 2016/07/01~2017/02/28。(學生：林維禎)
6. 許嘉霖，指導教授，調節焦點如何影響消費者於團購網之衝動性購買-兩岸大學生之比較性研究。執行期間 2014/07/01~2015/02/28。(學生：楊奕晴)

教師榮譽

1. 連續 5 年榮登全球前 2% 頂尖科學家榜單(World' s Top 2% Scientists)
2. 連續 6 年(即 106 學年度~111 學年度)獲國科會獎勵特殊優秀人才之獎勵補助(文化大學任職期間);獲國科會 114 年度補助大專校院研究獎勵(輔仁大學任職期間)
3. 連續 15 年獲得國科會專題研究計畫補助
4. 連續 3 年(即 112-114 學年度)獲得輔仁大學指標性期刊論文獎勵
5. 獲得輔仁大學 112 學年度研究績效獎勵與管理學院研究績優獎勵
6. 連續 10 年(即 101-110 學年度)獲得文化大學學術研究成果發表獎勵
7. 110 學年度獲頒文化大學「校教學」特優教師
8. 106 學年度獲頒文化大學「院教學」特優教師
9. 104 學年度、105 學年度及 106 學年度獲頒文化大學績優導師